

**ESTUDIO DEL CAPITAL INTELECTUAL EN EMPRESAS
COMERCIALIZADORAS DEL SECTOR CALZADO DE BUCARAMANGA**

**STUDY OF THE INTELLECTUAL CAPITAL IN TRADING COMPANIES IN
THE FOOTWEAR SECTOR OF BUCARAMANGA**

Autor:

■ Daniel Corzo-Arévalo ■
<https://orcid.org/0000-0001-6017-8028>
Universidad Manuela Beltrán (Bucaramanga, Colombia)
posgrados.bga@umb.edu.co

Autor:

■ David Sanabria-Leguizamo ■
<https://orcid.org/0000-0003-4239-3095>
Universidad de Investigación y Desarrollo, (Bucaramanga, Colombia)
dsanabria2@udi.edu.co

Autora:

■ Erika Viviana Patiño-Angulo ■
<https://orcid.org/0000-0001-8300-9737>
Universidad de Investigación y Desarrollo, (Bucaramanga, Colombia)
epatino2@udi.edu.co

Autor:

■ Sebastián García-Méndez ■
<https://orcid.org/0000-0002-6077-0248>
Universidad de Investigación y Desarrollo, (Bucaramanga, Colombia)
sgarcia15@udi.edu.co

Resumen

Este artículo presenta los resultados de un estudio que pretende describir las dimensiones del capital intelectual de una muestra de empresas comercializadoras del sector calzado de Bucaramanga, con el objetivo de identificar el grado de desarrollo de los activos intangibles de estas organizaciones. Para ello, se empleó una metodología de análisis cuantitativo, que consta de un análisis descriptivo de la información recolectada a partir de un instrumento de medición basado en el modelo intelect, tomando las dimensiones de capital humano, capital relacional y capital estructural, que componen la variable objeto de estudio. Los resultados revelan, que se presentan fortalezas en las temáticas inherentes al capital estructural y debilidades en tópicos referentes al capital relacional, particularmente, se visualiza que las alianzas estratégicas no son consideradas como una prioridad en el sector, en otros términos, los vínculos cooperativos son mínimos, afectando el posicionamiento conjunto del sector, y afectando la supervivencia organizacional.

Palabras clave: Capital Intelectual; Modelo Intelect; activos intangibles; industria del calzado; análisis cuantitativo.

Abstract

This article presents the results of a study that describes the dimensions of the intellectual capital of a sample of trading companies in the footwear sector of Bucaramanga, to identify the degree of development of the intangible assets of these organizations. For this, a quantitative analysis methodology was used, which consists of a descriptive analysis of the information collected from a measurement instrument based on the Intelect Model, which considers the dimensions of human capital, relational capital, and structural capital, which makes up the variable under study. The results reveal that there are strengths in the themes inherent to structural capital and weaknesses in topics related to relational capital, particularly it is visualized that strategic alliances are not considered a priority in the footwear sector. In other words, cooperative links are minimum, affecting the joint positioning of the sector, and affecting organizational survival.

Keywords: Intellectual Capital; Intelect Model; intangible assets; footwear industry; quantitative analysis.



I. Introducción

Una de las industrias manufactureras más productivas en Colombia es la del sector calzado, gracias a la fuerte demanda regional y la cultura orientada al trabajo manual. Esta se caracteriza como fuente principal de empleo, apoyando el desarrollo del sector y facilitando la generación de procesos de alto valor agregado, diseño e innovación, permitiendo la expansión de sus productos a nuevos mercados y alcanzando un mayor ingreso económico en el país (Procolombia, 2020). No obstante, el sector ha venido decreciendo desde el 2013 y actualmente pasa por una de sus peores crisis debido a factores externos e internos frecuentes como el contrabando, la informalidad, competencia desleal, escases de desarrollo de marca, ausencia de formación laboral, desarrollo empírico e infraestructura débil (Pérez, 2012).

Lo anterior se ve reflejado en los informes realizados por el DANE (2020) en donde los índices de fabricación de calzado, junto con la actividad de las curtiembres, registraron durante el transcurso del año variaciones negativas de 6,9% en la producción, 2,7% en las ventas y 7,7% en mano de obra. Asimismo, de acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá (2017), una de las preocupaciones del sector reside en el contrabando.

Por tanto, los empresarios del sector calzado se ven obligados a adaptarse a las nuevas exigencias del mercado y formular acciones de mejora encaminadas a adquirir ventajas competitivas que promuevan el desarrollo sectorial, especialmente teniendo en cuenta que la mayor parte de los beneficios en las Pymes dedicadas al calzado radican en el grado de innovación de los productos, diseños, y las tendencias presentes en el mercado (Procolombia, 2020).

En tal sentido, el capital intelectual puede verse como el activo actual más importante, pues representa aquellos activos intangibles como “conocimientos técnicos y especializados del personal; la experiencia; su producción intelectual, entre otros”, lo cuales permanecen y contribuyen a lograr una fijación ventajosa en el mercado (Sarur, 2013).

Por consiguiente, el capital intelectual representa un pilar fundamental en la permanencia y crecimiento para el empresario, siendo este todos los conocimientos o ideas útiles cosechados de los miembros de la organización (Román, 2004), los cuales actualmente constituyen un factor diferencial (Molina Parra, 2009).

Para el caso específico de Bucaramanga, la gran mayoría de las Pymes emerge del emprendimiento o tradición familiar y gran parte de las que corresponden al sector calzado se encuentran en la informalidad debido a la falta de beneficios como protección social, seguridad laboral e insuficiente formación profesional y no cuentan con accesos a una formación digna.

Una de las mayores razones de quiebra o estancamiento de estas son las decisiones basadas en experiencias empíricas de los jefes, enfocando su atención en los activos tangibles y haciendo caso omiso a la necesidad de gestionar el capital intelectual, que les permita mantenerse, adaptarse y crecer en el mercado (Erazo & Narváez, 2020).

Por consiguiente, este estudio busca describir las dimensiones del capital intelectual de las empresas comercializadoras del sector calzado de Bucaramanga, con el objetivo de identificar el grado de desarrollo de este tipo de activos intangibles en la organización y así poder proponer acciones de mejora que permitan adquirir ventajas competitivas en el sector. Para llevar a cabo esta investigación, se analiza la variable capital intelectual mediante la aplicación de un cuestionario basado en el modelo intelect, el cual permite medir dicha variable en función de las dimensiones que la componen, referentes a capital humano, capital relacional y capital estructural.

Generalidades del sector calzado

En la actualidad, el total de empresas inscritas dedicadas a la fabricación de calzado de cuero y piel, otros tipos de calzado excepto calzado de cuero y piel y calzado con cualquier tipo de suela, son 3.780 a nivel nacional, 1.453 se encuentran en el departamento de Santander, de las cuales 989 están ubicadas en Bucaramanga, de estas, en su mayoría se identifican como micro (953) y pequeña (41) (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2020).

Esto evidencia el peso que tiene Bucaramanga a nivel de productividad, desarrollo y economía para el sector, puesto que cuenta con más del 68% de las empresas a nivel departamental, el cual se mantuvo líder en las exportaciones de calzado en el país, con una cifra en pares de 467.680 y una ganancia de 5.085.657 US\$FOB (ACICAM, 2019b).

No obstante, a pesar de las bajas de calzado en producción (6.9%), ventas (2.7%) y empleo (7.7%), ocasionadas principalmente por las problemáticas alusivas a la caída de la demanda interna, costos financieros, mano de obra, contrabando, exportaciones a la baja, entre otras (ACICAM, 2019a), el sector aporta alrededor de 100 mil puestos de trabajo, lo cual constituye un insumo relevante en torno a la realización de procesos de reactivación económica (Rodríguez Barajas, 2019; Rozo Rincón, 2018).

Hay que mencionar, además que, en razón a los últimos trimestres continuos con alteraciones negativas, el débil aporte en productividad y PIB departamental, el sector se ha visto en la necesidad de solicitar al gobierno la distinción del sector de manera priorizada y la inclusión en el Plan de Desarrollo Departamental, participando así en las mesas de trabajo, las cuales tiene como objeto el fomento de la competitividad sectorial regional.

Capital intelectual

De acuerdo con Prusak (1996) el insumo de la competitividad de las organizaciones es el conocimiento, particularmente, en lo que sabe, en lo que aplica y en lo que aprende. En tal sentido, desde la gerencia ha surgido un interés progresivo frente a la gestión de estos elementos, vistos como activos intangibles generadores de “plusvalor” (García Parra et al., 2006).

A través de la literatura, estos elementos han sido abordados por diversos autores, quienes han acuñado el término capital intelectual para referirse al conjunto de activos intangibles o activos de conocimiento adquiridos en el desarrollo de una organización que, aunque no sean visibles en los estados contables, generan o pueden generar valor mediante la recolección y gestión de experiencias,

ideas y capacidades asociadas a los factores humanos, estructurales y relacionales (Rodríguez Díaz & González Millán, 2013; Sánchez Medina et al., 2007).

Para objeto de esta investigación, se empleó la definición de capital intelectual propuesta por López Ruiz & Nevado Peña (2002) quienes lo conciben como:

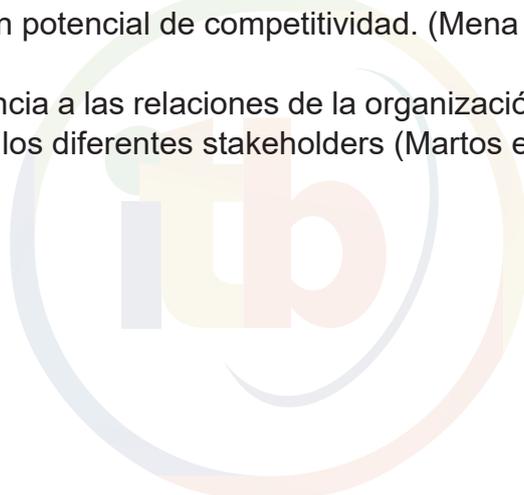
Es el conjunto de activos de la empresa que, aunque no estén reflejados en los estados contables, genera o generarán valor para la misma en el futuro, como consecuencia de aspectos relacionados con el capital humano y con otros estructurales como la capacidad de innovación, las relaciones con los clientes, la calidad de los procesos, productos y servicios, el capital cultural y comunicacional y que permiten a una empresa aprovechar mejor las oportunidades que otras, dando lugar a la generación de beneficios futuros. (pág. 25)

Componentes del capital intelectual

Los componentes que conforman el capital intelectual permiten a las organizaciones reconocer los indicadores claves que facilitan medir el rendimiento de dicho activo intangible, con el fin de visualizar el capital intelectual como un activo más en el balance general de las empresas. Un claro ejemplo de ello, es presentado por los autores Edvinsson & Malone (1998), quienes por medio de las áreas de enfoque designadas: capital humano, estructural, clientela, organizacional, innovación y proceso, plantean el modelo “navegador” de Skandia, siendo este uno de los hitos más representativo en el marco de la toma de decisiones empresariales (Rodríguez Díaz & González Millán, 2013).

Aunque a lo largo de la literatura no ha existido una conformidad respecto a las dimensiones del capital intelectual, este estudio considera los componentes más convenidos a lo largo de la literatura, entre ellos:

- Capital humano: agrupa toda la cantidad útil y valiosa de conocimiento de todos los trabajadores en el proceso de formación y educación; donde se incluyen capacidades, talentos innatos, educación y especialidades adquiridas (Zambrano et al., 2012).
- Capital estructural: son todos los recursos intangibles que pueden generar valor y que permanecen en la organización, es decir, todo lo referente al conocimiento clave, siendo este el elemento un aspecto complejo, pero con gran potencial de competitividad. (Mena et al., 2017).
- Capital relacional: hace referencia a las relaciones de la organización con el entorno, lo cual en gran medida puede involucrarse con los diferentes stakeholders (Martos et al., 2008).



Características del capital intelectual

De acuerdo con Roos & Roos, (2001) los modelos de capital intelectual van más allá de una lista de indicadores, pues estos sistemas son correctos sólo si están enfatizados en la identidad, autenticidad y estrategia de la empresa. Es por ello por lo que dentro de las principales características del capital intelectual debemos considerar las siguientes:

- Conocimiento
- Habilidades
- Valor Organizacional
- Experiencia
- Motivación

Modelo Intellect

El Instituto Universitario Euroforum Escorial (1998), bajo la dirección del doctor Eduardo Bueno Campos, proponen un modelo para identificar y medir el capital intelectual en las empresas de España, dicho modelo se constituye de la suma de 3 bloques de análisis, referentes a: capital intelectual, capital relacional y capital estructural, los cuales se conforman por elementos (activos intangibles), que a su vez pueden ser medidos por un cierto grupo de indicadores (Alama Salazar, 2008).

Indicadores para medir el capital intelectual

Para cada una de las dimensiones del capital intelectual se determinan una serie de indicadores que permiten medir cada uno de los elementos que lo configuran (Ver Tabla 1).



Tabla 1 Indicadores para medir el capital intelectual

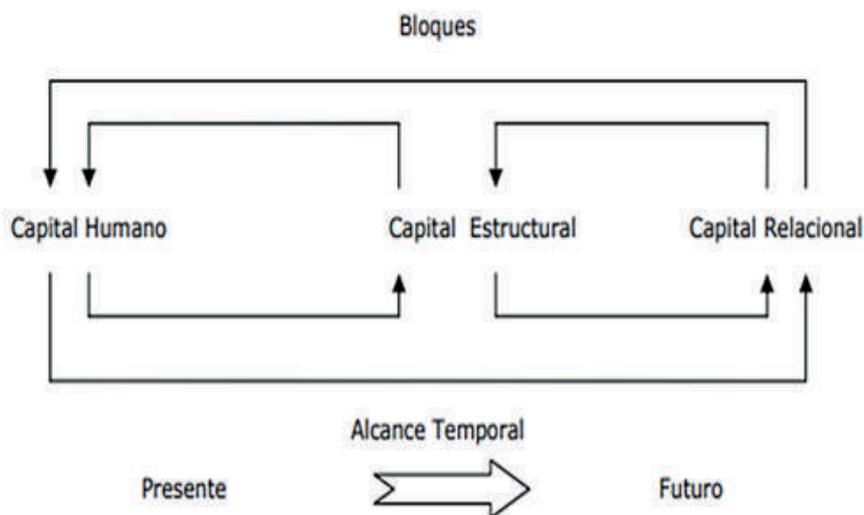
Capital humano	
Activos intangibles	
Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción del personal • Tipología del personal • Competencias de las personas <ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Estabilidad: riesgo de perdida
Futuro	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora competencias • Capacidad de innovación de personas y equipos
Capital estructural	
Activos intangibles	
Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura organizacional • Filosofía del negocio • Procesos de reflexión estratégica • Estructura de la organización <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología del producto • Procesos de apoyo • Procesos de reflexión estratégica • Procesos de capacitación de conocimiento • Mecanismos de transmisión y comunicación <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología de la información
Futuro	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de innovación
Capital relacional	
Activos intangibles	
Presente	<ul style="list-style-type: none"> • Base de clientes relevantes <ul style="list-style-type: none"> • Lealtad de clientes • Intensidad de la relación con clientes <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción de clientes • Procesos de apoyo y servicios al cliente <ul style="list-style-type: none"> • Cercanía al mercado • Notoriedad de marca (s) • Reputación / Nombre de empresa <ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas • Interrelación con proveedores • Interrelación con otros agentes
Futuro	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de mejora • Recreación de la base de clientes

Fuente: Molina Parra (2009).

Como se evidencia en la tabla anterior y se presenta en la Figura 1, este modelo considera las dimensiones tanto del presente como del futuro, puesto que abarca no solamente los activos con los que cuentan en el momento, sino que se encamina en el potencial para el desarrollo futuro. De igual forma, se examinan las dimensiones interno/externo que, además de comprender a los activos

intangibles que se desarrollan dentro de la empresa, incluye los que son fruto de la interacción con terceros y los explícitos/tácitos, encargados de acumular todos los conocimientos que aporten al proceso de innovación y desarrollo en la organización (Euroforum Escorial, 1998).

Figura 1. Estructura del Modelo Intellect.



Fuente: Alama Salazar (2008) (pp.68).

II. Metodología

Este estudio es de enfoque cuantitativo, basado en un diseño no experimental y de corte transversal, dado que se realiza una sola vez y en un determinado momento. Además, tiene un alcance descriptivo, teniendo en cuenta que las dimensiones del capital intelectual se explican, en función del comportamiento de factores como: género, nivel educativo y estado civil, así como, de estadísticos descriptivos, que permiten determinar el grado de desarrollo de este tipo de activos intangibles en las comercializadoras del sector calzado en Bucaramanga.

En la actualidad, según compite 360 el total de empresas inscritas en el sector calzado de Bucaramanga son 989 (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2020). Esta investigación empleó un muestreo no probabilístico, de selección no aleatoria a conveniencia debido a la dificultad de acceso y disponibilidad de las personas en el sector, por lo que se seleccionaron 50 empresas para ser encuestadas (Hernández et al., 2014).

El estudio estuvo dirigido al nivel jerárquico más alto de cada empresa y fue contestado por una sola persona, ya fuera el director general, el director de recursos humanos, o el director de capital intelectual.

La fuente de recolección de datos correspondiente a esta investigación es de carácter primario, con una observación indirecta, ya que precisa de un cuestionario para la obtención de datos (Torres, Salazar, & Paz, 2019). El cuestionario empleado en este estudio es adaptado del instrumento propuesto y validado por Alama Salazar (2008), el cual se basa en el modelo intelect propuesto por El

Instituto Universitario Euroforum Escorial (1998), que permite identificar y medir el capital intelectual de las empresas. Este instrumento cuenta con una escala tipo Likert para la gama de respuestas (siendo 1 totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo) y toma en cuenta las dimensiones de capital humano, capital relacional y capital estructural, que componen la variable capital intelectual junto con sus respectivos indicadores, con el objetivo de medir su rendimiento.

Para el desarrollo del presente estudio se realizó la medición de la variable capital intelectual sobre los directivos de 50 empresas del sector calzado en Bucaramanga, Santander, empleando un instrumento de medición basado en el modelo intelect propuesto por Alama Salazar (2008). Posteriormente, se realizó el análisis descriptivo de los resultados en función del comportamiento de factores como: género, nivel educativo y estado civil.

Adicionalmente, se incluyeron estadísticos descriptivos para explicar cada una de las dimensiones evaluadas que componen el capital intelectual, a partir de las pruebas de: media de la población, mínimo y máximo, desviación estándar y Curtosis, de manera que a mayor grado de curtosis, más cercanos a la media estarán los datos (Alvarado Valencia & Obagi Araújo, 2008)). A partir de lo anterior, finalmente, se determinó el grado de desarrollo de este tipo de activos intangibles en estas organizaciones

III. Resultados

En este apartado se presentan los resultados del estudio de la variable capital intelectual en los directivos de las empresas comercializadoras del sector calzado de Bucaramanga, bajo el análisis de las dimensiones que la componen, enfocando al valor del conocimiento a través del comportamiento de factores como: genero, nivel educativo y estado civil.

Análisis descriptivo

A continuación, los resultados obtenidos de la variable capital intelectual.

Figura 2. Capital intelectual unidad de análisis: Muestra



La figura 2 permite reflejar el comportamiento de la variable capital intelectual en los diversos establecimientos comerciales del sector calzado, permitiendo reconocer fortalezas en temáticas inherentes al capital estructural y debilidades en tópicos referentes al capital relacional, particularmente, se visualiza que la resolución de problemas en conjunto es una práctica repetitiva en las empresas, posibilitando inferir que la relación jefe-empleado es buena y que se fomenta la mitigación de elementos adversos como lo es la rotación, así mismo, se precisa que el colaborador percibe idóneas las condiciones de trabajo, aspecto generador de elevados niveles de productividad. En contraste, se percibe que las alianzas estratégicas no son consideradas como una prioridad en el sector objeto de estudio, en otros términos, los vínculos cooperativos son mínimos, afectando el posicionamiento conjunto del sector.

Tabla 2 Variable Capital Intelectual

Unidad de análisis	Capital Humano	Capital Estructural	Capital Relacional
Muestra	5,53	5,17	5,71
Género Femenino	5,56	5,28	5,64
Género Masculino	5,5	5,00	5,82
Nivel educativo: Primaria	5,29	5,57	6,3
Nivel educativo: Técnico	5,64	4,98	5,07
Nivel educativo: Profesional	5,59	5,19	5,61
Nivel educativo: Bachillerato	5,47	5,25	5,83
Nivel Educativo: Tecnológico	5,54	4,90	5,9
Estado civil: Soltero	5,59	5,07	5,59
Estado civil: Casado	5,53	5,28	5,88
Estado civil: Unión libre	5,43	5,15	5,65

Fuente: Elaboración propia

La tabla 2 muestra la recopilación de los resultados referentes a las dimensiones de capital humano, capital estructural y capital relacional que componen la variable capital intelectual, en función del comportamiento de factores como: género, nivel educativo y estado civil, reflejando una disparidad menor a 1 entre los promedios de las dimensiones estudiadas, exceptuando el capital relacional percibido por los trabajadores con estudios primarios, quienes destacan en el grado de conocimientos innovadores, producto de las relaciones y cooperación que sostienen las organizaciones con sus clientes y proveedores. Por otra parte, con estos resultados, cabe mencionar que el sector debe considerar fortalecer la propiedad intelectual a fin de rentabilizar y proyectar la marca de sus diseños.

Estadísticos descriptivos

A continuación, se presentan los estadísticos descriptivos de las dimensiones evaluadas que componen la variable objeto de estudio, capital intelectual. En los siguientes apartados se presentan los resultados de las pruebas de: media de la población, mínimo y máximo, desviación estándar y Curtosis, por cada una de las dimensiones de dicha variable.

Tabla 3 Estadísticos descriptivos de la dimensión capital humano

Comercializadoras de Calzado		
Variable: Capital Intelectual	Media	5.5318
	Límite inferior	4.47
	Límite superior	6.52
Dimensión: Capital Humano	Desviación	0.42047
	Curtosis	1.149

Fuente: Elaboración propia

Conforme a los resultados estadísticos presentados en la tabla 3, correspondientes a la dimensión capital humano de la variable capital intelectual, se observa respecto a las comercializadoras de calzado, una media de 5.5318 con límite inferior de 4.47 y superior de 6.52, lo cual indica, un comportamiento de liderazgo orientado a personas en los trabajadores del sector, asimismo, se obtuvo una desviación estándar de 0.42047, lo que señala un grado mínimo en que los datos se alejan de la media.

Finalmente, se observa un índice de curtosis de 1.149, indicando que los datos presentan una distribución leptocúrtica; en tanto, es correcto afirmar que la mayor cantidad de datos se encuentran cercanos a la media.

Tabla 4 Estadísticos descriptivos de la dimensión capital estructural

Comercializadoras de Calzado		
Variable: Capital Intelectual	Media	5.1670
	Límite inferior	3.71
	Límite superior	6.33
Dimensión: Capital Estructural	Desviación	0.63364
	Curtosis	-0.305

Fuente: Elaboración propia

En relación con la tabla 4 se presentan los análisis descriptivos de la dimensión capital estructural de la variable de capital intelectual, correspondientes a las comercializadoras de calzado de Bucaramanga. Se observa la media con un valor de 5.1670, el límite inferior correspondiente a 3.71 y un límite superior correspondiente a 6.33, de modo que, los trabajadores reconocen dentro de su visión estratégica la importancia del capital intelectual en el sector calzado. Del mismo modo, se observa una desviación de 0.63364, lo cual indica que los datos tuvieron un comportamiento similar a la media. Por último, se observa un coeficiente de curtosis de valor negativo, -0.305, lo que indica que los datos presentan una distribución platicúrtica, es decir, que un grado reducido de concentración de datos se encuentran alrededor de los valores centrales de la variable.

Tabla 5 Estadísticos descriptivos de la dimensión capital relacional

Comercializadoras de Calzado		
Variable: Capital Intelectual	Media	5.7180
	Límite inferior	4.00
	Límite superior	7.00
Dimensión: Capital Relacional	Desviación	0.75988
	Curtosis	-0,680

Por último, la tabla 3 presenta los estadísticos descriptivos de la dimensión capital relacional de la variable de capital intelectual, correspondientes a las comercializadoras de calzado en Bucaramanga. Se observa un valor promedio de 5.7180, con un límite inferior de 4.00 y un límite superior de 7.00, de modo que, los trabajadores reconocen dentro de su visión estratégica la importancia de las relaciones entre las organizaciones del sector con su entorno y sus vínculos cooperativos.

Del mismo modo, se observa una desviación de 0.75988, indicando que los datos tuvieron un comportamiento similar a la media. Finalmente, el coeficiente de curtosis presenta un valor negativo, -0.680, es decir que los datos presentan una distribución platicúrtica.

IV. Conclusiones

El capital intelectual de los directivos de las empresas comercializadoras del sector calzado de Bucaramanga, presenta fortalezas inherentes a la dimensión de capital estructural, principalmente, se evidencia que en estas empresas existe una comunicación fluida entre los directivos y empleados y en conjunto hacen esfuerzos significativos por resolver sus problemas en común, posibilitando inferir que la relación jefe-empleado es buena y que se fomenta la mitigación de elementos adversos como lo es la rotación, así mismo, se precisa que los colaboradores de dichas empresas consideran buenas sus condiciones de trabajo, lo que conlleva a contar con elevados niveles de productividad en las empresas del sector, lo cual se relaciona con lo planteado por Mendoza-Flórez et. al, (2021).

En contraste, se muestran debilidades en temáticas referentes a la dimensión de capital relacional, pues se percibe que las organizaciones del sector no cuentan con las habilidades necesarias para establecer alianzas estratégicas que gocen de solidez, por lo que se puede inferir, que estas últimas no son consideradas como una prioridad en el sector objeto de estudio y, en otros términos, las relaciones cooperativas son mínimas, lo que afecta el posicionamiento conjunto del sector.

Por otra parte, respecto a los estadísticos descriptivos de las dimensiones que componen la variable capital intelectual, se observa en su mayoría un grado mínimo en que los datos se alejaron de la media de las dimensiones evaluadas, presentando un comportamiento similar entre sí. Indicando, en general, de acuerdo con los valores obtenidos, que los colaboradores reconocen dentro de su visión estratégica la importancia del capital intelectual y sus dimensiones en el sector calzado.

Recomendaciones

Con el objetivo de mejorar los índices de competitividad en las empresas comercializadoras del sector calzado de Bucaramanga, se sugiere a las organizaciones considerar fortalecer la propiedad intelectual mediante el uso patentes y licencias como una manera de conservar conocimiento en aras de rentabilizar y proyectar la marca de sus diseños.

Así mismo, estas organizaciones podrían enfocar sus esfuerzos en establecer relaciones sólidas y a largo plazo con los clientes y proveedores, a la vez que se promuevan los vínculos cooperativos entre las empresas del sector, permitiéndoles adquirir conocimientos de fuentes externas y detectar nuevas oportunidades que puedan ser aprovechadas.

V. Referencias

- ACICAM. (2019a). ¿Cómo va el sector? Enero a Diciembre de 2019. Retrieved from <https://acicam.org/download/como-va-el-sector-diciembre-2019-2/>
- ACICAM. (2019b). ¿Cómo va el sector? Enero a Marzo de 2019. Retrieved from <https://acicam.org/download/como-va-el-sector-marzo-2019/>
- Alama Salazar, E. M. (2008). Capital intelectual y resultados empresariales en las empresas de servicios profesionales de España. Universidad Complutense de Madrid.
- Alvarado Valencia, J. A., & Obagi Araújo, J. J. (2008). Fundamentos de inferencia estadística. Bogotá D.C: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2017). Producción de calzado muestra un crecimiento importante. Retrieved November 23, 2020, from <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cuero-Calzado-y-Marroquineria/Noticias/2017/Febrero-2017/Produccion-de-calzado-muestra-un-crecimiento-importante>
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2020). Compite 360. Retrieved November 20, 2020, from www.compite360.com
- DANE. (2020). Encuesta Mensual Manufacturera con Enfoque Territorial - EMMET. Retrieved from https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/emmet/bol_emmet_diciembre_2019.pdf
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1998). Capital intelectual: descubriendo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos. MAKRON Books do Brasil Editora Ltda.
- Erazo, J., & Narváez, C. (2020). La gestión del capital intelectual y su impacto en la efectividad organizacional de la industria de cuero y calzado en la Provincia de Tungurahua - Ecuador. *Revista Espacios*, 41(21), 254–271. Retrieved from <https://www.revistaespacios.com/a20v41n21/a20v41n21p20.pdf>
- Euroforum Escorial. (1998). Medición del capital intelectual: modelo Intellect. Madrid.
- Garcia Parra, M., Simo, P., & Sallan, J. M. (2006). La evolución del capital intelectual y las nuevas corrientes. *Intangible Capital*, 2(3), 277–307. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/549/54920301.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. P. (2014). Metodología de la Investigación (McGRAW-HILL, Ed.). México, D.F.

- López Ruiz, V. R., & Nevado Peña, D. (2002). Indicadores del capital intelectual: el caso de entidades de crédito. *Partida Doble*, 132, 58–69.
- Martos, M. S., Fernández-Jardón Fernández, C. M., & Figueroa Dorrego, P. (2008). Evaluación y relaciones entre las dimensiones del capital intelectual: El caso de la cadena de la madera de Oberá (Argentina). *Intangible Capital*, 4(2), 67–101.
- Mena, C. E., Vásconez, H. D., & Carguaytongo, J. F. (2017). El capital intelectual desde una revisión teórica de la literatura publicada. *Revista Científica Dominio de Las Ciencias*, 3, 29–50.
- Mendoza-Flórez, Y., Villamizar-Correa, P. A., García-Méndez, S., & Gutiérrez, J. C. (2021). Relación entre la cultura organizacional, la satisfacción laboral y el engagement en el sector confecciones de Piedecuesta, Santander. *I+ D REVISTA DE INVESTIGACIONES*, 16(1), 216-224.
- Molina Parra, P. A. (2009). Valoración del capital intelectual en una empresa colombiana (Universidad Nacional de Colombia). Retrieved from <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/70230/43104764.2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, C. S. (2012). Propuesta de formalización del sector calzado en Bogotá: análisis y prospectiva. Universidad Antonio de Nebrija.
- Procolombia. (2020). Oportunidades de Exportar Ropa, bisutería y Calzado. Retrieved October 23, 2020, from <https://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/prendas-de-vestir>
- Prusak, L. (1996). The knowledge advantage. *Strategy & Leadership*, 6–8.
- Rodríguez Barajas, Y. C. (2019). Bucaramanga se viste de cuero, calzado y marroquinería. Retrieved December 20, 2020, from Vanguardia website: <https://www.vanguardia.com/economia/local/bucaramanga-se-viste-de-cuero-calzado-y-marroquineria-IK509497>
- Rodríguez Díaz, M. T., & González Millán, J. J. (2013). Gestión del Conocimiento y Capital Intelectual, a través de modelos universitarios. *Revista Económicas CUC*, 34(1), 85–116.
- Román, N. (2004). CAPITAL INTELECTUAL. Generador de Éxito en las Empresas. *Visión Gerencial*, 3(2), 67–79. Retrieved from [http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/891/Capital intelectual. Generador de éxito en las empresas. .pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/891/Capital%20intelectual.%20Generador%20de%20éxito%20en%20las%20empresas.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Roos, J., & Roos, G. (2001). *Capital intelectual: el valor intangible de la empresa*. Barcelona: PAIDÓS.
- Rozo Rincón, A. J. (2018). Aproximación al estado del arte de las investigaciones del sector calzado en Colombia (Pontificia Universidad Javeriana). Retrieved from [https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46413/Trabajo de Grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46413/Trabajo%20de%20Grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Sánchez Medina, A. J., Melián González, A., & García Falcón, J. M. (2007). El concepto del capital intelectual y sus dimensiones. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 13(2), 97–112.
- Sarur, M. S. (2013). La importancia del capital intelectual en las Organizaciones. *Ciencia Administrativa*, 1, 39–45.
Retrieved from [http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2146/1/La importancia del capital intelectual en las Organizaciones.pdf](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2146/1/La%20importancia%20del%20capital%20intelectual%20en%20las%20Organizaciones.pdf)
- Torres, M., Salazar, F. G., & Paz, K. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. Universidad Rafael Landívar.
- Zambrano, L. G., Merino, J. D. G., & Castellanos, A. R. (2012). Impacto de la inversión en capital humano sobre el valor empresarial. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 51, 15–26.

